

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

REVISTA SOLAR – PROJETO PRÁTICO

ANDRÉ DUARTE

RIO DE JANEIRO

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

REVISTA SOLAR – PROJETO PRÁTICO

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

ANDRÉ DUARTE

Orientador: Prof. Dr. Paulo César Castro

RIO DE JANEIRO

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Revista Solar – Projeto Prático**, elaborada por André Duarte.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Paulo César Castro
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Gabriel Collares
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagens - UFRJ

Profa. Cristiane Costa
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

DUARTE, André.

Revista Solar – Projeto prático. Rio de Janeiro, 2013.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientador: Prof. Dr. Paulo César Castro

DUARTE, André. **Revista Solar – Projeto Prático**. Orientador: Prof. Dr. Paulo César Castro. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O trabalho é um relatório sobre o projeto prático da revista Solar. Consiste em apresentar as justificativas de sua criação, a partir de conceitos teóricos pertencentes ao campo da Comunicação Social, como o jornalismo, a comunicação organizacional, as relações públicas e o marketing. A contextualização através da bibliografia do trabalho tem a função de mostrar a importância da revista como uma ferramenta na estratégia de comunicação da instituição filantrópica Solar Meninos de Luz, a fim de fortalecer a relação com seus parceiros e consolidar sua imagem. Os projetos editoriais e gráficos são detalhadamente explicados ao longo do texto.

SUMÁRIO

- 1. Introdução**
- 2. Solar Meninos de Luz**
 - 2.1. Estrutura, recursos e beneficiários**
 - 2.2. História**
- 3. Revista Solar**
 - 3.1. Objetivos**
 - 3.2. Público-alvo, linguagem e divulgação**
- 4. Revista como instrumento de comunicação**
 - 4.1. Comunicação Organizacional**
 - 4.2. Identidade, imagem e reputação**
 - 4.3. Comunicação Dirigida**
- 5. A plataforma digital na internet**
- 6. Projeto Editorial**
- 7. Aplicações dos projetos**
 - 7.1. Projeto editorial**
 - 7.1.1. Palavra do Solar Meninos de Luz**
 - 7.1.2. Eventos culturais**
 - 7.1.3. Páginas verdes**
 - 7.1.4. Matéria de Capa**
 - 7.1.5. Parceiro da vez**
 - 7.1.6. Mural da criançada**
 - 7.1.7. Mosaico de fotos**
 - 7.2. Projeto Gráfico**
- 8. Conclusão**
- Bibliografia**
- Anexo**

1 - INTRODUÇÃO

Quando discutimos as mazelas históricas do Brasil, a precariedade da educação escolar oferecida à maior parte da população é, provavelmente, a primeira resposta para as discrepâncias econômicas, culturais e sociais de nossa sociedade. Apesar de uma elevação nos índices de desenvolvimento humano nas últimas décadas, o Brasil ainda apresenta dados catastróficos no que se refere à educação básica para crianças e jovens e grande taxa de analfabetismo. Independentemente da incompetência das esferas públicas responsáveis, algumas organizações da sociedade civil tentam amenizar a lacuna deixada pelo Estado através de trabalhos voluntários de caridade. É o caso do Solar Meninos de Luz.

Estabelecida há mais de vinte anos no morro Pavão-Pavãozinho, na zona sul do Rio de Janeiro, esta instituição filantrópica sem fins lucrativos oferece a educação integral para crianças da creche até jovens do ensino médio, além de outras atividades complementares que permitem com que eles possam ter melhores oportunidades de vida. Ela conta com uma equipe de profissionais e voluntários, que dão suporte a praticamente todas as áreas.

Eu me incluo neste último grupo. Conheci o Solar por intermédio de um tio e me tornei voluntário desde o início de 2013. Logo na primeira visita, tomei a consciência do tamanho que aquele trabalho representa para uma comunidade com cerca de 20 mil moradores e que antes de ganhar uma Unidade de Polícia Pacificadora convivia com a ostentação do poder bélico do tráfico de drogas. Comecei meu trabalho brincando e dando atenção às crianças. Mas depois visualizei a chance de mesclar minhas habilidades profissionais ao serviço voluntário e assim passei a fazer parte do departamento de comunicação social do Solar.

Lá tive contato com as ferramentas de comunicação que a instituição tinha a seu alcance, como as redes sociais (Facebook e Twitter), o e-mail e o site oficial. Então identifiquei que seria necessário algo diferente, que pudesse estabelecer um laço mais profundo com os parceiros físicos e jurídicos, dos quais o Solar depende para sua própria sobrevivência financeira. Nenhuma daquelas ferramentas cumpria a função efetiva de um diálogo com um público tão imprescindível como aquele.

Recorri a alguns livros em busca do aperfeiçoamento teórico e, graças a isso, conheci o campo fantástico da Comunicação Organizacional. Lendo Margarida Kunsh e

Gaudêncio Torquato, tive a idéia de produzir uma revista digital para o Solar, onde eu teria a possibilidade de realizar tudo o que havia aprendido na faculdade de jornalismo, como se fazer uma apuração, produção, edição, através de reportagens e entrevistas. Baseando-se no fato de não ter um tema para escrever a monografia, achei interessante utilizar esta experiência como projeto prático de conclusão de curso.

A partir daí, a diretoria da instituição e eu sentamos para definir quais as estratégias da revista, entre objetivos, linguagem, público-alvo e etc. Com tudo detalhadamente alinhado e acertado, começou-se então, efetivamente, a produção da primeira edição da revista Solar, prevista para o mês da entrega da monografia, em julho de 2013.

Este relatório está dividido em 8 capítulos, nos quais serão mostradas as escolhas editoriais e gráficas do projeto, além de todo embasamento teórico e bibliográfico que justifique o trabalho.

O capítulo a seguir conta o que é o Solar Meninos de Luz, por sua definição e por sua história. O que hoje é uma instituição com uma obra consolidada e respeitada frente à opinião pública começou com a ação voluntária de uma moradora de Copacabana, chamada Iolanda Maltaroli, que após uma tragédia em decorrência de chuvas, na véspera do Natal de 1983, subiu a favela do Pavão-Pavãozinho para ajudar numerosas famílias que perderam seus membros ou ficaram sem casa e alimento. Aquele seria apenas o embrião desta obra de caridade que viria a nascer.

No capítulo 3, a revista Solar é apresentada de modo a explicitar seus objetivos, público-alvo, linguagem e divulgação. É onde se pode conhecer o produto deste projeto prático. Todos os parceiros físicos e jurídicos do Solar são listados, com o intuito de se dar a devida dimensão da importância de uma ferramenta de comunicação como esta para lidar com este público. Porém o mais relevante é deixar claros os objetivos que a revista tem para atingir.

Os conceitos teóricos de Comunicação Organizacional estão presentes no quarto capítulo. Partindo do princípio que a revista cumpre um papel fundamental na estratégia comunicativa do Solar, devem-se contextualizar definições encontradas em bibliografias da área. Autores de marketing e de relações públicas também aparecem em diversos pontos desta etapa, especialmente, para explicar conceitos como identidade, imagem, reputação e um segmento conhecido como comunicação dirigida.

A internet é o pano de fundo do trabalho. A interatividade digital da revista precisa ser enxergada dentro do processo de globalização e da formação de novas mídias. Portanto, o capítulo 5 segue o viés teórico, sob a ótica de autores que tratem da questão da internet no jornalismo.

Ainda imerso em obras que constitui a bibliografia do trabalho, a produção editorial de uma revista é conceituada no sexto capítulo, principalmente, a partir dos livros de Marília Scalzo e Sérgio Vilas Boas. Esta parte do relatório tem o papel de fundamentar o capítulo 7, que finalmente trata das escolhas editoriais e gráficas específicas da revista Solar. Além disso, neste sétimo item, cada editoria é detalhada separadamente.

Enfim, para encerrar o relatório, cabe ao oitavo e último capítulo a função de conclusão de tudo o que foi apresentado no texto e apontar os resultados atingidos pelo projeto. Ainda há um anexo com uma matéria impressa da revista.

2 – SOLAR MENINOS DE LUZ

Organização filantrópica, em funcionamento desde agosto de 1991, que promove a educação formal e complementar em regime integral, cultura, esportes e cuidados básicos na saúde nas comunidades do Pavão-Pavãozinho e Cantagalo, em Copacabana, na zona sul do Rio de Janeiro. A sustentabilidade é formada por doações de pessoas físicas, apoio e parcerias com empresas públicas e privadas, organizações sociais, campanhas pontuais, e pela comercialização de produtos doados em bazares beneficentes.

2.1 – Estrutura, recursos e beneficiários

O Solar Meninos de Luz está estruturado em sete unidades integradas: O Centro de Escolarização Formal (CEF) e o Centro de Escolarização Complementar (CEC) na área de ensino; o Centro de Apoio à Pessoa, no setor de saúde e assistência; o Centro Cultural e o Centro Esportivo, em cultura e esportes; o Centro de Administração e Finanças; e, por último, o Centro de Comunicação, Voluntariado e Sustentabilidade.

De acordo com os números registrados pelo Solar, atualmente 400 crianças e jovens estão com a matrícula ativa. Mas a área de atuação do programa também abrange familiares e todo seu entorno. Estima-se que as comunidades do Pavão-Pavãozinho e Cantagalo tenham uma população de 20 mil pessoas. Portanto, é possível considerar que alguns milhares são beneficiados direta ou indiretamente pelo Solar Meninos de Luz.

As famílias com filhos matriculados pagam um valor simbólico de R\$ 80,00 por mês, que é flexível de acordo com as condições específicas de cada uma, pois a instituição acredita que desta forma o projeto é valorizado pela própria comunidade. Para que uma criança estude no Solar é feita uma rigorosa triagem tendo como base o histórico familiar e o quadro sócio-econômico daquela família. Priorizam-se aqueles que têm situação mais delicada e maiores dificuldades no acesso à educação.

Os recursos financeiros que mantêm a obra são oriundos de parcerias e doações. Nem todos os colaboradores contribuem financeiramente, mas oferecem apoio logístico, operacional, educacional, entre outros. Entre os principais parceiros, por exemplo, estão o Instituto Paulo Coelho (professores do 1º ao 5º ano, alimentação, aluguel de imóvel), a

UniverCidade (professores e metodologia do 6º ao Ensino Fundamental, bolsa de estudo no Ensino Superior) e o Hotel Fasano (leilão e jantar beneficente, sessão de espaço para evento, emprego para jovens do Solar).

Atualmente, a estrutura física do Solar está desenhada da seguinte maneira:

- Casa 136: própria; turmas do 6º ao 9º ano; pequeno refeitório e teatro.
- Casa 138: alugada; turmas do 1º ao 5º ano.
- Casa 142: comodato; berçário; laboratório de ciências; quadra poliesportiva.
- Casa 146: comodato; salas de música e coral; salas de arte-artesanato; biblioteca comunitária, infantil e escolar; galeria de arte.
- Casa 149: própria; ensino médio; centro de saúde; sala de informática; sala de reuniões; direção e administração geral.

2.2 – História

A história do Solar Meninos de Luz se inicia a partir de uma tragédia. No dia 24 de dezembro de 1983, uma forte chuva fez uma enorme caixa d'água despencar do alto do morro do Pavão-Pavãozinho e destruir os barracos. Ao todo, 12 pessoas faleceram. Sensibilizada pela triste véspera de Natal dessas famílias, Iolanda Maltaroli, moradora de Copacabana, resolveu subir a comunidade, na manhã seguinte, para doar roupas e alimentos. A situação tornou-se caótica em vista das graves limitações pelas quais aquele povo já passava.

O ato de solidariedade, na verdade, acabou desencadeando diversas ações de caridade e socorro posteriores. Junto com seus quatro filhos, Andréia, Isabella, Guilherme e Daniel, Iolanda voltou à favela para ajudar a desenvolver um trabalho assistencial emergencial dentro da Associação de Moradores. O local recebia mantimentos e remédio de doadores e servia também para promover atividades com crianças e jovens de lá. Além disso, havia no banheiro uma espécie de ambulatório médico improvisado.

O grupo de voluntários constatou que o número de crianças vítimas dos problemas decorrentes da catástrofe era cada vez maior. Com o estreitamento do relacionamento junto à comunidade, aquela estrutura assistencialista já não comportava a demanda. Levando-se

em conta o fato de Iolanda e sua família fazerem parte de um grupo espírita, a idéia era criar uma casa com o mesmo viés doutrinário cujo objetivo seria o de continuar e aumentar a obra social. Até aquele momento, cerca de 100 crianças eram socorridas.

Então, em 1984, a família Maltaroli e outras adquiriram uma birosca no morro, e ao longo de três anos, foram construindo um prédio com quatro salas grandes, duas salas pequenas, seis banheiros e uma cozinha. Em 1987, estava pronta a filial do Lar Paulo de Tarso, no Pavão-Pavãozinho, cuja sede principal havia sido inaugurada dois anos antes em Ipanema. A participação dos espíritas incluía arrecadação através de bazares, eventos, participação de show, entre outras manifestações de cunho beneficente.

Atendendo mais 250 pessoas, diretamente, as atividades eram realizadas em quase todos os dias da semana e incluía pequenos cursos profissionalizantes para as mães e jovens, cursos de alfabetização para adultos, fornecimento de sopa às famílias mais pobres, farmácia gratuita, ambulatório médico, além das doações de donativos e, principalmente, a evangelização e educação das crianças. O trabalho no Lar Paulo de Tarso seguiu até 1991, quando o grupo de Iolanda decidiu fundar uma creche e criar o Projeto Meninos de Luz. A comunidade precisava de um lugar onde os pais pudessem deixar seus filhos e, com isso, buscar melhores condições de serviço. Nascia então, no dia 18 de agosto de 1991, a Creche Meninos de Luz.

A instituição estabeleceu-se na nova sede, antiga redação de “O Pasquim”, após doação feita pelo chargista Jaguar e pela ASSESPA (Associação Educacional São Paulo Apóstolo). Antes, a casa estava abandonada, servindo de habitação a famílias em extremo estado de pobreza, que receberiam ajuda para se realocarem em locais mais seguros. Nos primeiros anos de projeto, as crianças do berçário até a alfabetização ficavam em escolas públicas em um turno, e na Creche em outro, de modo a praticarem atividades em horário integral. Porém, com a degradação da qualidade do ensino na rede pública de educação, o projeto foi reformulado em 1997, criando uma escola própria para as crianças desta faixa-etária. Os ensinamentos Fundamental e Médio foram instituídos no ano 2000, graças a parceria com a UniverCidade, que pagaria os salários dos professores.

Vai ser a partir desse mesmo ano que as atividades complementarem se multiplicam. Recebendo o apoio do Instituto Paulo Coelho, Funas S/A, e outros entes, a sede pôde ser ampliada em um conjunto de casas, na mesma Rua Saint Roman. Agora era

possível oferecer: balé, dança contemporânea, teatro, coral, capoeira, maculelê, artes plásticas, musicalização, percussão, oficinas de jornal, informática, curso de inglês, de espanhol, etc. Em 2002, foi inaugurado o Centro de Saúde Integral, em parceria com o Governo, onde eram prestados atendimentos à comunidade local em pediatria, clínica geral, odontologia, psicologia, ginecologia, homeopatia, enfermagem e fonoaudiologia. Nos anos seguintes, as oficinas profissionalizantes de auxiliar de consultório dentário, de artesanato e de costura foram incluídas no projeto, que desde 1999, passou a ser denominado Solar Meninos de Luz.

Já em 2005, acontece uma das mais importantes conquistas: o Centro Cultural e Esportivo, fruto de recursos não reembolsáveis do BNDES. Agora, o Solar passar a ter uma quadra poli-esportiva com vestiários, a Biblioteca Comunitária Paulo Coelho, um teatro profissional com capacidade para 400 lugares, salas de música, e o Núcleo de Artes Plásticas e Artesanato Cristina Oiticica. Três anos mais tarde, são criados o Laboratório de Ciências, a Galeria de Artes e uma loja de móveis doados.

Até os dias de hoje, o Solar Meninos de Luz convive com dificuldades financeiras graves, ameaçando sua posse sobre os imóveis, já que o risco de haver uma ação judicial para leiloá-los é um inimigo sempre real. Para amenizar a situação, empréstimos são realizados e muitas dívidas estão em processo de negociação. Por isso a necessidade constante de se procurar novos parceiros que ajudem a deixar as contas do Solar saudáveis.

Mesmo assim, o destaque e o respeito na imprensa são cada vez maiores. O Solar já foi pauta para reportagens de jornais de grande circulação e programas de televisão. A atriz Camila Pitanga cedeu sua imagem para comerciais institucionais da organização, dando uma projeção extremamente relevante na mídia. Ela detém, desde 2011, o título de Madrinha do Padrinho de Coração, programa desenvolvido pelo Solar, que receber contribuições financeiras mensais de voluntários.

3 – REVISTA SOLAR

A revista Solar é uma plataforma interativa de mídia, tendo como suporte a internet, através das ferramentas disponíveis no site especializado *Issuu*. Assim como sua produção não terá custos financeiros, a distribuição da revista também será virtual e gratuita, ou seja, sem fins lucrativos.

3.1 – Objetivos

Sua tarefa é de cumprir função jornalística, através de reportagens e entrevistas, e também dialogar com ferramentas de relação públicas, como a comunicação dirigida. Esta tarefa está a serviço das estratégias de Comunicação Organizacional, cujo objetivo é de construir e fazer a manutenção da imagem institucional do Solar Meninos de Luz.

O conteúdo da revista é constituído por reportagens, entrevistas, opiniões e acervos visuais comprometidos em mostrar ao leitor as atividades cotidianas e seus resultados dentro do âmbito educacional, cultural e social, nas quais a instituição está inserida, e também apresentar um pouco da história do Solar. Com isso, abrir uma fonte de contato com colaboradores físicos e jurídicos, promovendo uma fidelização ainda maior entre as partes.

Definiu-se que a Solar é trimestral e terá como edição de lançamento a do mês de julho de 2013, cuja produção tem como base os meses de maio e junho do mesmo ano. Com o consenso e autorização da chefia do Solar Meninos de Luz, o editor-chefe do projeto é o autor da monografia André Duarte, responsável pelas escolhas das linhas editoriais e gráficas da revista e também por produzir as matérias.

Em editorias específicas, também se aproveitará o material já disponível pela instituição, como fotos, trabalhos feitos pelas crianças e informações necessárias sobre o Solar.

3.2 – Público-alvo, linguagem e divulgação

O público-alvo da revista Solar será o de colaboradores físicos e jurídicos já existentes e o de potenciais novos colaboradores. O universo de colaboradores jurídicos em atividade compreende 24 parceiros e 25 instituições de apoio:

- Instituições parceiras: Instituto Paulo Coelho; UniverCidade - Colégio Cidade; Hotel Fasano Rio de Janeiro; Conspiração Filmes; Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro; Secretaria Estadual de Cultura do Rio de Janeiro; Monobloco; Approach Comunicação; Ativa Corretora; Capemisa - Instituto de Ação Social; PSafe, Projeto Informar; ValorArte Academia de Dança; Bichara, Barata e Costa Advogados; Portal da Cabala; FIRJAN; SRCOM; Labpop Content; Artplan; CBTIJ - Centro Brasileiro de Teatro para a Infância e Juventude; BNY Mellon; Brazilian Experience; Braspag; Site Blindado S/A.

- Instituições de apoio: Wickbold; Pão & Cia; Jornal Posto Seis; Hillel-RJ; Chazit; Ipa Bebê; Aeilij - Associação de Escritores e Ilustradores de Literatura Infantil e Juvenil; Personale Viagens; Otica Lunetterie; 9ª Vara Federal de Execução Penal; Abraços Foundation; Sofitel; True Love Yoga; Contemporary; Rio Voluntário; Rio Flor; Editora Ediouro - Revista Coquetel; LocaWeb Hospedagem de Sites; Casa da Feijoada; Via Mia; Padaria By Lopes; Plurare em site; Centro de Yoga e Terapias ANTARYAMIN; Blog Ecologia; Resposta Habilidade.

Quanto aos colaboradores físicos o número é de aproximadamente 150. Também há o grupo dos voluntários do Solar, cerca de 140, que prestam auxílio oferecendo suas habilidades profissionais ou freqüentam o espaço para educar e tomar conta das crianças.

Baseando-se na construção e escolha deste público-alvo e na função informativa da revista, a linguagem a ser adotada será a formal, mas não rebuscada. Textos informativos de base narrativa com as características de foco no referente e sujeito narrador onisciente.

Em relação à divulgação para os dois tipos de colaboradores e aos voluntários, ela será feita através de um *mailling* desenvolvido pela instituição, onde está incluída uma lista com todos os e-mails de contato. O Facebook, o Twitter e o site do Solar Meninos de Luz também servirão como plataforma de divulgação. A partir das mídias sociais que a revista

pretende chegar ao alcance dos potenciais novos parceiros e voluntários, levando-se em conta que o número de acesso ao site é, em média, de 2.000 por mês, e o número de seguidores, aproximadamente, no Facebook e no Twitter é de 7.500 e 2.000 usuários, respectivamente.

4 - REVISTA COMO INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A revista foi criada para servir como ferramenta fundamental na estratégia de se promover uma Comunicação Organização eficiente do Solar Meninos de Luz.

4.1 – A Comunicação Organizacional

Comunicação Organizacional é um processo dinâmico por meio do qual as organizações se relacionam com o meio ambiente e por meio do qual as sub-partes da organização conectam-se entre si para alcançar objetivos específicos¹.

Para Gaudêncio Torquato (2004), Comunicação Organizacional é a possibilidade sistêmica, integrada, que reúne as modalidades de comunicação cultural, comunicação administrativa, comunicação social e sistema de informação. Ele engloba na comunicação social as áreas de jornalismo, relações públicas, editoração e marketing, tendo como objetivo geral a projeção de um conceito adequado da organização perante seus públicos, consistente com suas políticas, crenças e valores. Enquanto isso, Margarida Kunsh (2003), em seu livro *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*, afirma que Comunicação Organizacional configura diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade, entre elas a Comunicação Institucional. Dentro deste ramo, estão incluídas as relações públicas, o jornalismo, a assessoria de imprensa e a imagem corporativa. Pode-se definir a Comunicação Institucional como a responsável direta pela construção e formação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização. Portanto, será formada, a partir da Comunicação Institucional, a base teórica que sustentará todo o projeto da revista.

Assim como qualquer outra organização, o Solar Meninos de Luz tem a necessidade de fazer com que sua Comunicação Institucional agregue valor à marca. Mesmo sendo uma instituição filantrópica, sem fins lucrativos, as parcerias são fundamentais para a manutenção da obra, levando-se em conta os grandes gastos mensais com toda a estrutura do programa. Apesar de um número significativo de colaboradores, ela passa por constantes problemas econômicos, devido à complexidade deste trabalho.

¹ Ler Idalberto Chiavenato (1995)

4.2 – Identidade, Imagem e Reputação

A escolha por parte do autor da monografia pelo Solar Meninos de Luz se deu pelo fato de se tratar de uma instituição verdadeiramente comprometida com princípios éticos e humanitários irretocáveis, cuja identidade é prestar a caridade, através da educação e da cultura, passando ao seu exterior uma imagem de credibilidade e respeito.

Em relação aos conceitos de identidade e imagem corporativas, é preciso distingui-las teoricamente. Paul Argenti (2011) define, em *A Construção da Identidade, Imagem e Reputação*, identidade corporativa como a manifestação de sua realidade, transmitida através de todas as formas de operação e comunicação da empresa. Tudo que a instituição faz e como ela faz comunica sua identidade. Ela está intimamente relacionada com a definição da missão, visão e valores corporativos, assim como, do conhecimento da sua história e da compreensão de sua cultura organizacional. Torquato (2004) considera identidade como a soma das características físicas fundamentais da formação de sua personalidade.

Imagem é “conceito ou conjunto de opiniões subjetivas de um indivíduo, do público ou de um grupo social, a respeito de uma organização, empresa, produto, marca instituição, personalidade etc” (RABAÇA & BABORSA, 2001, 377). Já para Castro Neves (1998), imagem de uma entidade é o resultado do balanço entre as percepções positivas e negativas que esta organização passa para um determinado público. Sintetizando, a imagem corporativa está vinculada a uma coerência entre o comportamento institucional e a sua comunicação para que se atinja como meta uma reputação favorável às atividades da organização. Em Rabaça e Barbosa (2001), esta reputação pode ser enxergada como a consolidação das diversas imagens ao longo dos anos, sendo uma representação coletiva das ações e resultados da organização.

Reputação é a palavra-chave para o sucesso de uma entidade beneficente, que tem como maior fonte de sustento a doação financeira. A sociedade está, muitas vezes, propensa a colaborar, principalmente, quando se refere ao futuro de jovens oriundos de comunidades carentes. Porém a incerteza de que o dinheiro doado terá um destino honesto acaba afastando muitas pessoas com boas intenções. Esse medo é justificado pelos abusos e

escândalos cometidos por algumas organizações, como o desvio de verbas, o uso do assistencialismo para a promoção política de seus dirigentes, entre outras deturpações. Desta forma que um eficiente plano de comunicação ao Solar pode ajudá-lo a consolidar a séria reputação da qual usufrui perante o público.

4.3 - Público

Sobre público, “é o conjunto de indivíduos cujos interesses comuns são atingidos pelas ações de uma organização, instituição ou empresa, e cujos atos afetam direta ou indiretamente os interesses da organização” (RABAÇA & BABORSA, 2001, 604). Define-se público externo como “qualquer conjunto de indivíduos que têm interesses comuns com a organização, instituição ou empresa, direta ou indiretamente, a curto ou a longo prazo” (Ibidem, 604).

Dentro do universo do Solar, existem diversos públicos possíveis. Há o de moradores do Pavão-Pavãozinho e Cantagalo, por exemplo. Mas pela dificuldade no acesso à internet não seria apropriado transformá-lo em público-alvo da revista. O contato mais eficaz entre o programa e a comunidade é o direto e presencial, através de reuniões, o que já vem acontecendo habitualmente. Outro grupo que poderia ser contemplado é o de estudantes ou de funcionários, mas o foco do projeto é justamente o oposto, a Comunica Externa, cujo objetivo é a divulgação da missão da organização e valorização de seus recursos e potenciais humanos, mostrando a visão clara de aspectos, programas e atividades junto aos poderes com os quais há uma relação. Torquato (2004) diz que o sistema de comunicação externa é responsável pelo posicionamento e pela imagem da organização da sociedade. Por isto, seu foco é a opinião pública.

Portanto, definiu-se que o público-alvo seria o de colaboradores físicos e jurídicos, além de potenciais novos parceiros. Ao primeiro grupo, a revista cumpriria a tarefa de mantê-lo informado dos acontecimentos e lhe mostrar os resultados sociais dos investimentos realizados por ele, como uma espécie de prestação de contas. Já aos potenciais novos parceiros, a revista serviria como apresentação da instituição, de modo a estimulá-los a se tornarem colaboradores também. Sejam empresas ou institutos, quanto pessoa física, que poderia se associar ao programa chamado Padrinho de Coração, onde

passa a doar mensalmente a quantia que desejar. A escolha do público-alvo deve ser analisada pelo princípio do Marketing Institucional, que é para Rabaça & Barbosa (1996) uma modalidade de marketing que cuida de todos os aspectos relacionados com a imagem da instituição, tendo como objetivo imediato a criação de uma atitude favorável, nos diversos segmentos do público, em relação à organização.

4.4 – Comunicação Dirigida

A relação para com o público também tem fundamentação teórica no conceito de Relações Públicas, cuja ferramenta denominada Comunicação Dirigida será adotada. A função de RP é acima de tudo uma função política, já que gerencia o posicionamento institucional de uma organização frente aos seus públicos de interesse, identificando-os e estabelecendo, com estes, canais de comunicação. Cabe às Relações Públicas o gerenciamento adequado das ferramentas de comunicação dirigida.

Segundo Antônio Vasconcelos e Celso Oliveira, a comunicação dirigida é uma forma de comunicação humana destinada a propiciar maior interação entre pessoas e grupos, pois quanto mais direta for, melhor será o resultado de qualquer comunicação. Na comunicação dirigida comunicador e receptor se identificam (KUNSH, 1986, 128).

5 – A PLATAFORMA DIGITAL NA INTERNET

A entrada de jornais e revistas na internet inaugura um novo veículo de comunicação que reúne características de todas as outras mídias e que tem como suporte as redes mundiais de computadores. O jornalismo digital representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias (MANTA *apud* PINHO, 2003, 115).

A partir dos anos 90, a internet revolucionaria os meios de comunicação por sua tecnologia, velocidade e abrangência. Os jornais impressos têm de se adequar à nova realidade globalizante e, portanto, criam seus portais online de notícias. Agora vídeo, foto, áudio, texto, e ferramentas interativas com o público estão convergidos em um mesmo lugar, em uma mesma plataforma digital. Entre as plataformas que compõe o webjornalismo, a revista eletrônica, ou também conhecida como *e-zine*, foi a escolhida para este trabalho, principalmente, porque o Solar Meninos de Luz já trabalhava com site, *mailling* de notícias, twitter e facebook. Sobre a revista eletrônica, ela possui certas características:

[...] contando com a produção jornalística própria como entrevistas, reportagens, matérias especiais, [...] dentro de avançados conceitos colaborativos: uma inédita iniciativa de *open source* editorial, onde as idéias ganham novas cores que somadas a outras resultam em uma publicação de personalidade surpreendente (NETO *apud* PINHO, 2003, 112).

Pinho (1990) ressalta que a escolha de um instrumento está condicionada à estratégia estabelecida, ao tipo de público que se pretende atingir e à natureza da mensagem a ser transmitida. O uso da internet também é fundamental na estratégia de divulgação da revista. Será por intermédio dela, através de e-mail, facebook e twitter que o público terá acesso ao conteúdo. “Muitas revistas e jornais exploram o endereço eletrônico para criar uma relação diferenciada no recebimento de sugestões, críticas e comentários de seus leitores ou na divulgação exclusiva, de um projeto especial.” (PINHO, 2003, 63) Os parceiros físicos e jurídicos receberão um e-mail personalizado, tendo, em anexo, a revista no formato pdf. Outros contatos que fazem parte do *mailling*, aproximadamente 6.600, serão contemplados com um release anexado à revista. Por outro lado, espera-se atingir

cerca de 10 mil pessoas diretamente através de publicações no facebook e twitter. Nestas mídias sociais, o link da página da revista, no site *Issuu*, será publicado junto com algum comentário ou trecho de reportagens, como se fosse um chamativo para o usuário clicar no link. A revista também vai ganhar destaque na página inicial do site do Solar.

A escolha do *Issuu* se deu pelo fato de ser a mais simples e prática entre as opções de revista eletrônica na internet de forma gratuita. Operacionalmente, após o usuário se cadastrar no site, ele faz um upload do arquivo em pdf, e, imediatamente, tem acesso ao produto final que é a revista. A partir do link disponibilizado, há opções de compartilhamento, como nas redes sociais e em outros sites.

6 – PROJETO EDITORIAL

A revista é um veículo de comunicação com peculiaridades bem definidas, que as distingue do jornal, e cujas funções, devido à peridiocidade flexível, são “mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretanto, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura” (SCALZO, 2004, 13). Ela proporciona, então, um desprendimento com o factual imediato, abrindo também espaço para o entretenimento e à contextualização mais aprofundada de temas. Ou seja, em função jornalística, pode explorar novos ângulos e encontrar um foco para aquilo que se deseja saber.

Muitas revistas não têm missão definida ou explícita, e, quando têm, limitam-se a incluí-la nos materiais de venda de publicidade. A missão é chamada, entre outras coisas, de objetivo ou filosofia editorial. Há quem chame de nada. Com qualquer nome ou nome nenhum, uma coisa é certa: se você não sabe dizer o que é a sua revista numa frase concisa ou num parágrafo curto, você não sabe o que é a sua revista (ALI, 2009, 47).

O elemento principal que coloca a revista como um segmento comunicacional diferente de outras mídias impressas é seu tipo de texto. Até por esta peridiocidade maior, o texto de revista deve se caracterizar por ser mais interpretativo e documental do que o jornal, a televisão ou o rádio. “Genericamente, o texto de revista é considerado de maior liberdade, em termos de estilo.” (VILAS BOAS, 1996, 34) A possibilidade de atrair o público a partir de uma leitura agradável e mais elaborada é um trunfo que a revista deve explorar.

No texto de revista, o comedimento, a leveza e o domínio de jornalista/escritor sobre a narrativa são também para permitir que o leitor use um pouco a cabeça. Por isso, às vezes, é preciso mostrar, mais do que simplesmente contar; sugerir, mais do que explicar; e dizer mais do que parece ter sido dito. O texto leve é mais legível, proveitoso e intrigante. (VILAS BOAS, 1996, 29)

Uma das primeiras coisas que o editor deve ter em mente, na hora de planejar a linha editorial, é o tom do texto, ou seja, a linguagem mais apropriada para aquela revista.

Este tom pode ser, por exemplo, voltado à comédia, drama, tensão, tragédia, etc. Apesar de tocar em alguns dramas pessoais, principalmente, no caso do entrevistado nas Páginas Verdes e na matéria principal, quando se retrata a paupérrima condição de vida dos moradores da localidade conhecida como Caranguejo, à Revista Solar coube um tom mais otimista e positivo. Mesmo mostrando alguns problemas de natureza social dentro da favela, a idéia de que é possível reverter tais circunstâncias através de esforço e ação solidária norteia a forma com que o texto se constrói. Mas, segundo Vilas Boas (1996), é preciso não confundir alguns conceitos, pois “apesar de algumas similaridades, tom não é o mesmo que angulação. Grosso modo, qualquer texto jornalístico possui uma angulação, um rumo. [...] Na revista, o tom é uma escolha prévia de linguagem” (VILAS BOAS, 1996, 14). Sobre a angulação, as reportagens sempre darão enfoque aos benefícios que o Solar proporciona à comunidade, até pelo objetivo do projeto que é transmitir uma imagem positiva da instituição ao exterior.

Outra característica de revista é ter uma liberdade na hora de definir a ordem cronológica do texto. “De modo geral, a ordem evidencia as características intemporais do texto de revista. É jornalismo do que passou, mas não exatamente do que se passou ontem. A revista, normalmente, mistura fatos do passado com fatos ainda em evidência no jornalismo diário.” (VILAS BOAS, 1996, 22) Isso justifica o uso de algum eventual *flashback* durante uma matéria. O próprio *lead* pode começar contando o fim de uma história. Em mais um ponto, portanto, o texto de revista e a literatura são concomitantes.

Dentro da linha editorial/ideológica de uma revista, certas angulações são proibidas. Mas o texto acaba indicando sempre uma tendência geral, que não raro também depende da cabeça de quem escreve. Nesse sentido, a revista semanal de informações se apropria de técnicas literárias, aproximando-se mais da literatura do que qualquer outro meio jornalístico impresso (VILAS BOAS, 1996, 34).

Mesmo havendo espaço para neologismos, coloquialismos e gírias, por se tratar de uma revista, dificilmente eles serão encontrados, pelo fato de que o público-alvo composto por empresas e colaboradores físicos merece a manutenção de uma linguagem mais formal, embora livre e não rebuscada.

As pautas desta edição foram sendo criadas a partir do diálogo entre o editor-chefe da revista e integrantes da área de Comunicação Social do Solar Meninos de Luz. Antes disso, as editorias já tinha sido bem definidas, de acordo com a proposta do projeto, de modo que o leitor saiba identificar cada um delas nas edições seguintes.

São esse equilíbrio e essa coerência editorial de pauta, bem como o ordenamento de seções, colunas, entrevistas especiais etc., que definirão a personalidade de uma revista. A cada edição o leitor pode encontrar, ao mesmo tempo, variedade e algumas marcas de identidade que o permitirão reconhecer e manter uma relação de familiaridade com sua revista predileta (SCALZO, 2004, 66).

7 – APLICAÇÃO DOS PROJETOS EDITORIAL E GRÁFICO

Da teoria para a prática, o relatório propõe mostrar neste capítulo como os projetos editorial e gráficos foram aplicados na revista. Para isso, cada editoria é explicada em tópicos diferentes.

7.1 – Projeto Gráfico

As 28 páginas da revista Solar são compostas pela capa, sumário e expediente (página 2), Palavra do Solar Meninos de Luz (página 3), Eventos culturais (páginas 4-7), Páginas Verdes (páginas 8-11), Matéria de Capa (páginas 12-19), Parceiro da Vez (páginas 20-23), Mural da Criançada (páginas 24-25), Mosaico de Fotos (páginas 26-27), e propaganda do projeto de adesão de voluntários, chamado Padrinho de Coração (página 28).

7.1.1 – Palavra do Solar Meninos de Luz

Função de editorial da revista. É onde a presidente e fundadora da casa, Iolanda Maltaroli, escreve sobre algum assunto relacionado ao Solar e ao ensino das crianças. Sua formação de pedagoga a permite tratar de temas sobre educação com propriedade. Além disso, a palavra de Iolanda é um fator fundamental para a credibilidade da revista frente ao público.

Nesta primeira edição, ela fala sobre a participação de jovens universitários nas atividades da instituição, elaborando novas idéias através da capacitação profissional de cada um deles, e como isso tem sido benéfico ao Solar.

7.1.2 – Eventos Culturais

Como o nome da sessão já diz é o lugar onde se encontra reportagem sobre algum evento cultural que tenha acontecido no Solar durante o tempo de produção da edição. O

Solar tem um calendário cheio de eventos, que são dos mais variados gêneros. Peças de teatro, exposição de arte, bazares, festas comemorativas de alguma data, visita de celebridades internacionais, etc. É uma forma de explorar o potencial criativo e artístico de lá e ao mesmo tempo fazer com que o leitor possa se interessar em fazer parte de algum evento deste no futuro.

Em sua primeira edição, a revista mostra a inauguração da exposição de arte contemporânea chamada *Limites*, que aconteceu de 9 de maio até 22 de junho na Galeria de Arte Meninos de Luz. As obras dialogam com o conceito proposto pelo curador Osvaldo Carvalho de questionamento aos limites da arte. O foco da matéria está na integração das crianças com a exposição. Liberadas das aulas pela direção do Solar, os alunos do Ensino Fundamental invadiram a galeria e ficaram impressionadas com o que viram. Apesar da dificuldade em se analisar uma obra de arte contemporânea, alguns se arriscam a interpretá-las. Mas independente do entendimento que se possa ter sobre aquelas instalações, o estímulo da arte para as crianças do Pavão-Pavãozinho e Cantagalo é, sem dúvida, a parte mais importante da história.

7.1.3 – Páginas Verdes

Editoria destinada à entrevista de perfil de um aluno ou ex-aluno que tenha sua história de vida atrelada ao Solar. O que se espera da entrevista é que este personagem revele algum episódio pessoal surpreendente e interessante, onde a instituição possa ter interferido direta ou indiretamente para gerá-lo ou, simplesmente, para resolver determinada situação.

Em jornalismo, o perfil significa enfoque na pessoa – seja uma celebridade, seja um tipo popular, mas sempre o focalizado é o protagonista de uma história: sua própria vida. Diante desse herói (ou anti-herói), o repórter tem, via de regra, dois tipos de comportamento: ou mantém-se distante, deixando que o focalizado se pronuncie, ou compartilha com ele um determinado momento e passa ao leitor essa Experiência. (SODRÉ & FERRARI, 1986, p.26)

O nome faz referência às *Páginas Amarelas* da revista Veja, cuja função é a de ser um espaço de entrevistas ping-pong com personagens que tenham a contar algo de interessante ao público. Além do tipo de entrevista praticada por cada uma (de perfil na revista Solar e ping-pong na Veja), a diferença entre elas está na cor, que na revista do projeto é a verde, por se tratar de um elemento característico da identidade do Solar Meninos de Luz. O verde está na sua logomarca, no uniforme dos estudantes e nas paredes das casas que formam seu patrimônio.

Na edição de julho, o entrevistado escolhido é o recém-formado aluno Matheus Barbosa, de 17 anos e morador do Pavão-Pavãozinho. O jovem passou a maior parte de sua formação dentro do Solar e tem um histórico de superações em sua vida. A mãe é portadora de um problema neurológico que paralisa 80% do lado esquerdo do corpo. Por isso, junto com a irmã, Matheus passa algumas horas de seu dia para cuidar dela. Mesmo com os problemas familiares e as limitações econômicas, ele dedicou-se exaustivamente ao curso intensivo de inglês, fruto de uma parceria entre o Solar e uma instituição. No início do ano, foi escolhido para fazer um intercâmbio de dois meses em Malta, região mediterrânea da Europa. De volta ao Brasil, Matheus tem diversos momentos marcantes desta viagem para contar.

7.1.4 – Matéria de Capa

Reportagem de capa, a mais importante da edição. Sua temática pode variar de acordo com os acontecimentos durante os meses de produção da revista. Normalmente, se priorizam as matérias quentes, mas nada impede que matérias frias, que estejam inseridas em algum contexto específico, apareçam na capa.

A matéria principal de julho é sobre o evento criado pelo Solar na localidade mais pobre do Pavão-Pavãozinho, conhecida como Caranguejo. Só para ressaltar as condições precárias de vida neste lugar, este apelido foi dado por outros moradores da comunidade porque as pessoas que lá vivem apenas “andariam para trás”, assim como o animal caranguejo, o que significa que elas não conseguem evoluir em quesitos básicos do desenvolvimento humano. A falta de qualquer serviço público, como saúde, coleta de lixo, educação, saneamento, entre outros, é um problema crônico. Ainda por cima, os barracos se

encontram em uma área de risco, já comprovada por estudos da Fundação Geo-Rio, órgão responsável pela contenção de encostas da Secretaria Municipal de Obras. A remoção dessas famílias é algo que está sendo discutindo e deve voltar à pauta nos próximos meses.

Há dois anos o Solar vem tentando a aproximação com essa parte da favela, mas sem sucesso. Qualquer intervenção exterior é vista com desconfiança por parte dos moradores. Mas, aos poucos, o acesso está melhorando após sucessivas visitas de membros do Solar. Para o dia 29 de junho, foi criado o evento Mega Dia Legal, levando música, dança e arte ao Caranguejo. E a matéria principal da revista vai, justamente, mostrar este momento tão especial.

7.1.5 – Parceiro da Vez

Enfoque no trabalho de um parceiro do Solar. Vale ressaltar a importância de se ter um espaço deste para o reconhecimento e valorização do parceiro, mostrando seu grau de comprometimento com a instituição. A idéia é que outros colaboradores possam se sentir estimulados a continuar contribuindo, pois a repercussão de suas ações trará uma boa imagem a eles.

Na edição, a revista conta sobre o programa Edupró – Raízes Culturais, que desenvolve um projeto de levar estudantes do 3º ano do Ensino Médio a fazerem intercâmbio em diferentes regiões do mundo, e ao mesmo tempo, de receber voluntários de outras nacionalidades para darem aula de inglês no Solar. A história de vida da idealizadora e responsável pelo programa, Maria Aparecida Galbier, também é bastante contemplada pela reportagem.

7.1.6 – Mural da Criançada

Alguns trabalhos escolares feitos pelas crianças do pré-primário e das séries iniciais do Ensino Fundamental aparecem nesta editoria, como uma forma de ilustrar um pouco o que elas têm feito no dia-a-dia.

Desta vez, a maior parte deles são desenhos sobre a temática da preservação do meio ambiente, assunto abordado em quase todas as séries pelas professoras. Há também um poema de uma aluna do 5º ano.

7.1.7 – Mosaico de Fotos

Sétima e última editoria da revista, o mosaico de fotos tem o objetivo de presentear o leitor com as fotos das crianças e dos eventos que aconteceram no Solar durante os meses de produção da revista. É algo leve e agradável. Um fechamento e ao mesmo tempo um convite à próxima edição.

7.2 – Projeto Gráfico

Todo projeto gráfico e a diagramação foram feitos pelo programa Adobe InDesign, especializado neste tipo de trabalho. Nesta área de produção da revista, o autor recorreu à ajuda do estudante de produção editorial da UFRJ Henrique Junior.

Primeiramente, o formato escolhido para a Solar foi o padrão de uma revista, 19,5 cm x 26,7 cm. Mesmo sendo digital, ela precisa conter propriedades específicas deste tipo de mídia. Pensando em uma futura impressão, a grampeação canoa seria possível pelas margens disponibilizadas. A superior é de 1,5 cm, a inferior de 1,5 cm, a interna de 0,5 cm e a externa de 1 cm.

Majoritariamente, 3 colunas, com espaçamento de 0,6 cm, formam a sustentação do esqueleto da revista. Isso permite que se tenha mais liberdade para se mexer no texto e nas fotos.

A letra tem tamanho 11 pontos por 15 pontos e sua fonte é a Frutgier Light 45, uma não serifada. A justificativa para esta escolha é que a não serifada facilita a leitura em uma tela de computador.

Cada editoria ganhou, no cabeçalho, a representação de uma cor própria, sem que haja uma relação necessariamente entre a cor e o tipo de matéria. Palavra do Solar Meninos de Luz é laranja; Eventos culturais, amarelo; Páginas verdes, verde; Matéria principal,

vermelho; Parceiro da vez, roxo; Mural da criançada, azul; e Mosaico de fotos, rosa. Assim, se cria uma marca visual que permita ao leitor distinguir cada uma delas.

Na capa, ficou decidido que o número excessivo de chamadas poderia dar um efeito de perda de sentido. Portanto, ela conta apenas com o logotipo, a foto e a chamada da matéria principal.

A criação da logo da revista foi baseada na do Solar Meninos de Luz. Enquanto na da instituição existe um traço que lembra uma casa com telhado, no logotipo da revista o desenho é de um livro aberto. Apesar da revista está a serviço à instituição, diferenciação entre ambas é essencial para formação da identidade do veículo.



(Logo do Solar Meninos de Luz)



(Logo da revista Solar)

8 - CONCLUSÃO

O projeto prático de monografia sintetiza em um produto final, que é a revista digital com fins institucionais, as principais habilidades adquiridas no curso de jornalismo. A capacidade de se criar uma pauta e a partir daí elaborar a apuração, produção e edição do seu conteúdo foi uma das noções propostas e concretizadas pelo trabalho. A apropriação da interatividade digital da revista, baseada no contexto de novas ferramentas midiáticas oriundas da internet, também merece destaque por se tratar do presente e do futuro da Comunicação Social, onde o profissional da área tem por obrigação a adequação à realidade virtual.

Quanto à prática da Comunicação Organizacional, o resultado é satisfatório levando-se em conta que o Solar Meninos de Luz ganha um elemento crucial na estratégia de se aproximar do público-alvo necessário, além de fortalecer sua marca e sua imagem frente à sociedade. O objetivo é que a primeira edição da revista seja apenas o ponta-pé inicial para sua existência, dando prosseguimento às linhas editoriais e gráficas nas próximas edições. Independentemente de quem esteja como responsável por ela, todo um sistema estrutural já está montado.

O relatório cumpre sua tarefa de apresentar e justificar as escolhas do projeto. Fundamentações conceituais a partir de teorias encontradas na bibliografia credenciam os argumentos utilizados. Seus oito capítulos dão um aspecto geral e detalhado do processo de construção da revista, cada um, é claro, com sua especificidade.

Já em relação à satisfação pessoal do autor, o saldo é extremamente positivo. O projeto permitiu a união de uma monografia com o trabalho voluntário em uma instituição tão grandiosa, quanto o Solar Meninos de Luz. O dever e o prazer caminharam juntos do início até o fim.

A conclusão do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro da forma que foi conduzida enche-me de orgulho e encerra apenas uma etapa dentro do processo evolutivo e gradual de minha carreira, na qual inicio com o sentimento ânimo e felicidade.

BIBLIOGRAFIA

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ARGENTI, Paul A. **Comunicação Empresarial – A Construção da Identidade, Imagem e Reputação**. 2ª Edição. Editora Campus, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas: uma abordagem contingencial**. 3ª Edição. São Paulo: Makron, 1995.

KUNSH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

NEVES, Roberto de Castro. **Imagem empresarial**. Rio de Janeiro, Mauad, 1998.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: Planejamento e produção da informação**. São Paulo: Summus, 2003.

(______). **Propaganda Institucional – Usos e Funções da Propaganda em Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 1990.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2ª Edição. São Paulo: Contexto, 2004.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de Redação: o texto no jornalismo impresso**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1986.

SOLAR MENINOS DE LUZ. Site institucional. Disponível em: <<http://www.meninosdeluz.org.br>>. Acesso em: 26 de abril de 2013.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. RJ: Campus, 2001.

(_____). **Marketing: segredos e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 1996.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2004.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Afiliada, 1996.

ANEXO

Capa da revista Solar

Matéria de Capa (Páginas 12 a 19 da revista Solar)





ANDRÉ DUARTE

“Oh abre alas que eu quero passar”, ouvia-se em coro do alto do Pavão-Pavãozinho. O Solar não só passou, como ficou. Os versos eternizados por Chiquinha Gonzaga são a síntese da ação objetiva naquela manhã ensolarada de sábado: levar amor e esperança à região chamada Caranguejo, onde quase nunca a ala dos serviços públicos mais básicos desfila. Enquanto o grupo de chorinho, formado por alunos do Solar que fazem aula na Escola Portátil de Música, apresentava-se no palco montado improvisadamente em cima de uma laje, uma

tenda ao lado recebia a população local com o informe: “Inscrições abertas”.

A escada que liga a parte baixa do morro até seu pico parece interminável, mas nem por isso se tornou obstáculo para os diversos voluntários que subiam os degraus convidando àqueles que encontravam pelo caminho: “Hoje tem festa! Venha para o Mega Dia Legal!”. Alguns já haviam chegado bem cedo para deixar tudo preparado para o grande dia. “A gente se organiza há muitos anos para, enfim, conseguir realizar esse evento”, diz Iolanda Maltaroli, presidente e fundadora do Solar. “Nosso intuito é de



Tenda de inscrição para cursos

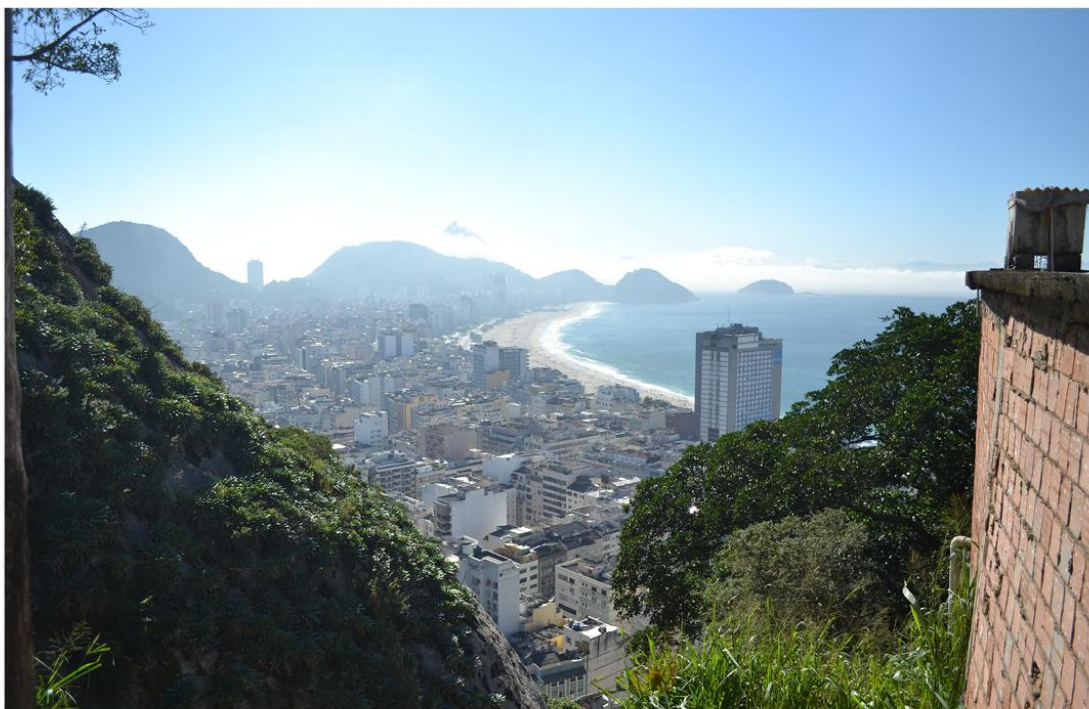
**“Hoje tem festa!
Venha para o Mega
Dia Legal!”**

voluntários do Solar



A animação dos alunos da Escola Portátil de Música expressa na apresentação da música *Oh Abre Alas*, de Chiquinha Gonzaga





Do alto do morro Pavão-Pavãozinho a vista da praia de Copacabana é um convite à contemplação

aproximação com esta parte tão carente da comunidade, praticamente invisível pelo poder público e também pelo restante do Pavãozinho". Ela

conta que há dois anos tenta trazer os moradores para as atividades da instituição, mas o histórico de sofrimento e falta de perspectivas deles

acabaram atrapalhando o processo. "Desta vez, vamos levar educação até eles, através das inscrições nos cursos que estamos oferecendo, como



A mestre de cerimônias Balu Carvalho (à esquerda, de chapéu rosa) dá início ao evento



A arte do grafite "Invade" os muros das casas





Número de mágica leva crianças ao riso contagiante

o de alfabetização a jovens e adultos, o de Fundamental I e II, e os profissionalizantes", conclui. Entre esses cursos, a alfabetização será realizada no próprio Caranguejo, enquanto que os outros serão ministrados pelo Sesi nas instalações do Solar.

"Desta vez, vamos levar educação até eles, através das inscrições nos cursos que estamos oferecendo..."



Iolanda Maltaroli

16 • Revista Solar - julho 2013

Aos poucos, as crianças vão se aglomerando e esperadas atrações anunciadas. Elas são unânimes: querem ver mesmo o palhaço. Outros moradores

se aproximam curiosos: "Ouvi dizer que vai ter hip-hop", revela uma menina chamada Janaína. A ansiedade só teve fim quando Balu Carvalho,



Performance de hip-hop anima o Caranguejo



A mágica de Millord ganha encanto com a participação do menino

a mestre de cerimônias, anunciou: "Sejam bem-vindos, meu povo! Vai começar uma manhã inesquecível". Após as apresentações do choro e o do hip-hop, finalmente, o momento mais aguardado. O mágico e o palhaço se revezam no palco, levando a criançada ao delírio. Os risos não atingem só os pequenos, mas como em um efeito

multiplicador ganham os rostos dos adultos, principalmente, os da comunidade.

A alguns metros dali, Dalila de Jesus, de 18 anos, se inscreve no curso de Fundamental I. Ela vive em uma humilde casa no Caranguejo junto com a filha Maria Vitória, de 1 ano de idade. "Desde que ela nasceu, botei na cabeça que eu tinha que voltar a estudar. Com isso, quero arrumar um emprego e servir de exemplo para minha menina." A interrupção dos estudos, na 4ª série, se deu após um grande trauma. Segundo ela, um professor agredia fisicamente os alunos: "Ele ameaçava e batia em quem fazia bagunça na sala. Acabei tendo pavor do colégio, e tudo o que eu queria mesmo era fugir de lá". Atrás dela na fila está sua tia, Mônica Alves. "Ficar sem ler é muito ruim, né?", diz a



Palhaço Tiliinha nos braços da criançada

mulher, de 34 anos, admitindo ser analfabeta, assim como o filho Pedro, de 11 anos, que nunca foi à escola. "O pai dele jogou nossos documentos no lixo. Não consigo matricular meu filho em nenhum lugar", lamenta Mônica.

"Desde que ela nasceu, botei na cabeça que eu tinha que voltar a estudar. Com isso, quero arrumar um emprego e servir de exemplo para minha menina."

Dalila de Jesus



Dalila (à direita) com sua filha no colo



Quando os acordes do violão do mestre Sant'anna passeiam pelo ar, há indícios de que a festa está se encerrando. A roda de samba é a última atração do dia. A música vira a trilha sonora dos muitos abraços de despedida. Os voluntários do Solar já sabem das escadas que têm pela frente, mas o sentimento de dever cumprido aniquila o cansaço físico. "Alcançamos a primeira meta, que era sensibilizar para transformar. Agora vamos continuar com as visitas e aos poucos cultivá-los para estarem do nosso lado", completa Iolanda. Em notas derradeiras, o *Juízo Final* de Nelson Cavaquinho é cantado suavemente fazendo com que sua melodia percorra o chão íngreme de barro e atravesse as paredes dos barracos e das casas de pau a pique: "O sol há de brilhar mais uma vez, a luz há de chegar aos corações". A profecia do compositor estava certa. O sol brilhou como nunca e a luz da esperança de um futuro melhor invadiu diversos corações. A partir dessa manhã, o Caranguejo não seria mais o mesmo.

"Alcançamos a primeira meta, que era sensibilizar para transformar."

Iolanda Maltaroli



18 • Revista Solar - julho 2013



Roda de samba com mestre Sant'anna (ao violão) encerra com chave de ouro o Mega Dia Legal



Iolanda (à esquerda) não resiste às brincadeiras do palhaço e cal na gargalhada



O Solar dá até logo ao Caranguejo após uma inesquecível manhã